

المراجع المعتمدة:

- صابات خليل. (1996). الإعلان تاريخه، أسسه، قواعده فنونه وأخلاقياته.
- سامي عمرو (2005). الاعلان التجاري في الفضائيات العربية، منشورات الدار المصرية اللبنانية.
- بن تامي رضا(2016). التخطيط الإعلامي ومجتمع المعرفة، النشر الجامعي الجديد، الجزائر.
- المشاقبة بسام عبد الرحمن(2012). اخلاقيات العمل الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان.
- أم الرتم سحر وآخرون (2020)، تصميم الإعلان في مختلف وسائل الاعلام، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، الأردن .
- لحمداني حميد(1998)، مدخل لدراسة الاشهار، مجلة علامات، العدد 18 ،المغرب،
- فايزة يخلف،(2004)، خصوصية الاشهار التلفزيوني الجزائري في ظل الانفتاح الاقتصادي، الجزائر.
- خلاف محمد(1986)، الخطاب الاقناعي ،مجلة دراسات أدبية ولسانية ،عدد خاص،المغرب.
- الحديدي منى (1999). الاعلان، الدار المصرية اللبنانية.
- شدوان علي شيبة (2016). الاعلان المدخل والنظرية، دار المعرفة الجامعية، مصر.
- حسام فتحي أبو طعيمة (2008)، الإعلان وسلوك المستهلك بين النظرية والتطبيق، دار الفاروق، الأردن.